

психологічні науки та соціальна робота. – К. : КМ Академія, 2007. – Т. 71. – С. 3-8.

Тітаренко І. І., аспірант НаУКМА (м. Київ)

ЯКІСНА PR-ОСВІТА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ У ПРОЦЕСІ СПРИЯННЯ ВИРІШЕННЮ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ

Як відомо, PR (public relations), в перекладі з англійської, означає "зв'язки з громадськістю", а суспільні відносини нерозривно пов'язані з соціальними конфліктами. Освіта, як найважливіша галузь сучасного суспільства, також має свої соціальні відносини, багато в чому зумовлені положенням України в світі.

PR – досить нове поняття для України, і його актуальність визначена становленням міжнародних відносин. При цьому найчастіше це поняття асоціюють з політикою, з численними виборами. Однак, насправді PR – це важливий соціальний інструмент на шляху вирішення конфліктів у суспільстві.

PR-освіта в Україні наразі перебуває на етапі становлення, що зумовлює дефіцит висококваліфікованих фахівців з PR на ринку працевлаштування [1]. Така недостатня кількість кадрів призводить до зростання кількості конфліктів у соціальній сфері. У той час, коли фахівці зі зв'язків з громадськістю постійно працюють з конфліктами (міжособистісними, внутрішньо корпоративними, зовнішніми), завдання розвитку та вдосконалення навичок кризи-менеджменту не зазначається у жодному курсі професійної підготовки таких фахівців. Тому вбачаємо важливим розвиток та вдосконалення сучасних педагогічних технологій у сфері PR-освіти.

Світовий досвід розвитку соціального інституту зв'язків з громадськістю переконливо доводить, що робота в цій сфері вимагає комплексної підготовки фахівців. Проте, практичне рішення цього питання навіть в провідних країнах Заходу, де функціонування професійної системи PR має майже столітню історію, ще не можна вважати остаточною. Проте, все ж варто особливу увагу варто звернути на закордонний досвід впровадження PR-освіти та її внесок у розв'язання соціальних конфліктів. За словами Джона Алперта, в Австралії спеціальність Public Relations викладають у 13 університетах, які мають сертифікат Інституту зв'язків з громадськістю країни (PRIA) [3].

У Великобританії існує значна кількість бізнес шкіл, де за один рік можна вивчити найважливіші теми в PR, маркетингу і реклами. Крім загальних предметів типу PR-планування, маркетинг-менеджмент та інших пропонуються курси з таких актуальних сьогодні тем, як: корпоративна соціальна відповідальність, управління проблемами, онлайн-PR та інші. Приклади таких шкіл – London Corporate Training, London College of International Business studies. І звісно, ідеалом сфери розвиненості комунікацій є США. Америка вважається батьківщиною PR і всі сьогоднішні новинки освіти PR і реклами виникають саме там. Наприклад, щоб стати PR-спеціалістом в Pennsylvania

State University, крім звичайних предметів типу теорії PR, студенти вивчають кризи-менеджмент, теорію миротворення та ін. [2].

Проте, навіть зважаючи на такий позитивний світовий досвід, PR-освіта в Україні залишається лише на етапі первинного розвитку. Основною причиною такої ситуації можна вважати відсутність єдиного розуміння в українській PR-освіті основних складових PR-спеціальності, а саме:

- що можна вважати предметом PR, на відміну від інших напрямів маркетингових комунікацій;
- чим відрізняється PR як професія і як різновид зайнятості;
- які види професійної діяльності можна вважати власне PR-діяльністю;
- які компетенції повинен мати кваліфікований фахівець зі зв'язків з громадськістю [2].

Отже, задля всебічного розвитку суспільних відносин та ефективного владодження соціальних конфліктів необхідно чітко та логічно підійти до вирішення питання професійної підготовки майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в Україні. Лише базуючись на світовому досвіді та беручи до уваги українські реалії, можливо розробити комплексну модель підготовки PR-фахівців, які зможуть ефективно залагоджувати соціальні конфлікти.

1. Державні стандарти професійної освіти: теорія і методика: Монографія / За ред. Н. Г. Ничкало. – Хмельницький: ТУП, 2002. – 334 с.

2. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підр. для студентів вищих навчальних закладів / 3-тє вид., доповн. і переробл. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.

3. Kubey R. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997. – 42 p.

Ліщук Т. О., завідувач відділу комплектування
документів НБ НаУКМА, (м.Київ),
Павлів Н. Г., головний бібліотекар
НБ НаУКМА, (м.Київ)

ПРОБЛЕМА ВІДПОВІДНОСТІ ПРЕДМЕТНИХ РУБРИК ТА ШИФРІВ УДК ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАПИТУ РЕЛЕВАНТНОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ

Сучасна бібліотека ВНЗ – це інтегрований університетський інформаційний, науково – освітній, дослідницький, центр. Йдучи за сучасним вітчизняним науковцем Т. О. Ярошенко, «університетська бібліотека є інформаційною основою науково–освітнього процесу, тією творчою